

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI
Jurusan Komunikasi Pemasaran
Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi
Semester Genap 2011/2012

BAURAN PROMOSI BUY ONE GET ONE FREE FRAPPUCCINO STARBUCKS

MALL TAMAN ANGGREK TERHADAP MINAT KONSUMEN

Ervira Dwilestari 1200953683

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai persyaratan kelulusan jenjang Strata-1 Jurusan Komunikasi Pemasaran Universitas Bina Nusantara. Selain itu penelitian ini juga untuk mengetahui seberapa besar peran media dalam mempromosikan *Buy One Get One Free Frappuccino*, apakah strategi pemasaran yang dilakukan sudah berjalan dengan baik.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Sumber data yang ada dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang akan diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam (*Depth Interview*) dengan narasumber.

Hasil yang dicapai dalam penelitian ini membuktikan bahwa strategi dan kegiatan promosi yang dijalankan Starbucks Coffee Indonesia berjalan dengan baik sehingga berdampak terhadap pembelian promo *Buy One Get One Free Frappuccino* tersebut.

Simpulan dari hasil penelitian ini yaitu PT. Sari Coffee Indonesia, Starbucks Coffee Indonesia sudah memilih media beriklan untuk promo *Buy One Get One Free Frappuccino* dengan baik dan merata ke semua kalangan, baik pria maupun wanita sehingga menimbulkan minat konsumen untuk mendapatkan promo tersebut. Pemilihan media yang diambil sangatlah tepat karena masing-masing dari media tersebut memiliki target market yang berbeda-beda.

Kata Kunci

Bauran Promosi, Starbucks Mall Taman Anggrek, Minat Konsumen